

KAMPANYE PENTINGNYA IMUNISASI DIFTERI (DT DAN Td) BAGI ANAK SEKOLAH DASAR

Putut Yudho Pranowo¹, Didit Widiatmoko Soewardikoen²
^{1,2} Universitas Telkom

<i>Received :</i>	<i>Revised :</i>	<i>Accepted :</i>
-------------------	------------------	-------------------

Available online at :

Abstrak : Kesehatan sebagai salah satu unsur kesejahteraan umum perlu diwujudkan sesuai dengan cita-cita Bangsa Indonesia sebagaimana dimaksud dalam UUD 1945. Ancaman kesehatan bukan masalah yang ringan, penyebaran virus serta bakteri dapat menjadi senjata pembunuh secara masal. Salah satu penyakit yang belum dapat dihilangkan dan menyerang masyarakat Indonesia adalah difteri. Di era modern ini masih banyak anak yang tidak mengetahui kegunaan dari vaksin, kurangnya edukasi mengenai pentingnya imunisasi bagi masa depan anak menyebabkan anak-anak enggan untuk disuntik vaksin. Anak cenderung takut dengan adanya jarum suntik sehingga sering menghindar bahkan lebih memilih untuk tidak divaksin. Kejadian ini tentu saja menyulitkan petugas vaksinasi dan juga membahayakan kesehatan sang anak dan manusia dimasa yang akan datang. Penelitian ini dilakukan di Boyolali dengan menggunakan metode observasi, studi pustaka, kuesioner, dan wawancara, serta menggunakan analisis data matriks perbandingan. Hasil yang diperoleh dari penelitian ini adalah perlunya menanamkan edukasi sejak dini mengenai pentingnya imunisasi difteri bagi anak Sekolah Dasar. Tujuan penelitian dan perancangan ini adalah meningkatkan kesadaran mengenai pentingnya imunisasi difteri sehingga anak lebih sukarela untuk disuntik vaksin dan tidak ada penolakan imunisasi di masa yang akan datang sehingga tercapainya situasi kondisi masyarakat yang sehat tanpa adanya ancaman penyakit difteri.

Kata kunci: Imunisasi, Difteri, Penyakit menular, Kampanye.

¹ Mahasiswa Program Studi DKV Telkom University, email : putut.pranowo123@gmail.com

² Pengajar Program Studi DKV Telkom University, email : widiatmokodw@gmail.com

Abstract : *Health as one of the elements of general welfare that needs to be realized in accordance with the ideals of the Indonesian Nation as referred to in the UUD 1945. Health threats are not a mild problem because the spread of viruses and bacteria can become a mass murder weapon. One of the diseases that can not be removed and can easily attack the Indonesian people is diphtheria. In this modern era, there are still many children who do not know the usefulness of the vaccine because of the lack of the education about the importance of immunization for the children's future cause them to reluctant to be vaccinated. Children tend to be afraid of the needle cause them to avoid and often choose not to be vaccinated. This thing surely complicate vaccine operator and also endanger the health of children and humans in the future. This research was conducted in Boyolali by using observation method, literature study, questionnaire, and interview then using the comparison matrix data analysis. The result from this study is the need to instill education since the early stage about the importance of diphtheria immunization for elementary school students. The purpose of this study and design is to raise awareness about the importance of diphtheria immunization so that children are more willing to be vaccinated and there is no immunization rejection in the future with that hopefully help to built a healthy condition without any threats from diphtheria.*

Keywords: *Immunization, Diphtheria, Infectious Diseases, Campaign*

PENDAHULUAN

Berdasarkan UUD 1945 kesehatan adalah cita-cita dan salah satu unsur kesejahteraan umum yang harus diwujudkan oleh Bangsa Indonesia. Penyebaran virus serta bakteri dapat menjadi senjata pembunuh secara masal. Salah satu penyakit yang belum dapat di hilangkan adalah penyakit difteri. Pada tahun 1990 Pemerintah Indonesia sudah berhasil mengeliminasi penyakit difteri di mana program imunisasi ramai di galakan. Namun pada tahun 2009 penyakit difteri muncul kembali dan secara bertahap jumlahnya penderita difteri semakin bertambah dalam beberapa tahun hingga saat ini (Tempo.co,2018).

Difteri tergolong ke dalam penyakit menular mematikan karena penularannya dapat melalui udara, seperti saat pengidap difteri batuk atau bersin, dan atau percikan ludah dari orang yang membawa bakteri *Corynebacterium diphtheriae* ke orang lain yang sehat. Difteri menyebabkan infeksi disaluran pernafasan bagian atas (tonsil, faring dan hidung) sehingga menyebabkan penyumbatan pernapasan hingga kematian.

Pada tahun 2017 Kejadian Luar Biasa(KLB) menurut Departemen Kesehatan Republik Indonesia terjadi di 170 kabupaten dan di 30 provinsi, dengan jumlah kasus sebanyak 954, dengan korban meninggal sebanyak 44 orang. Pada tahun 2018 (sampai dengan 9 Januari 2018), terdapat 14 laporan pengidap difteri dari 11 kab di 4 provinsi (Banten, DKI, Lampung dan Jabar), dan untuk menangani kasus difteri Pemerintah Indonesia telah menjamin ketersediaan vaksin difteri (DPT-HB-Hib, DT dan Td) yang digunakan untuk kegiatan imunisasi rutin. Distribusi vaksin dilakukan secara berjenjang sampai di tingkat pelayanan. Adapun sasaran pelaksanaan ORI tahun 2017-2018 ini kurang lebih sebanyak 32.212.892 orang dengan kategori usia 1 s.d < 5 tahun (7.236.672 orang), usia 5 s.d < 7 tahun (3.684.049 orang), dan usia 7 s.d 18 tahun (21.292.171 orang). Vaksin merupakan bahan antigenik yang digunakan untuk menghasilkan kekebalan aktif terhadap suatu penyakit, sehingga dapat mencegah atau mengurangi pengaruh infeksi

organisme alami atau liar. Oleh karena itu pemberian vaksin pada usia dini tidak boleh diabaikan.

Untuk menjamin terjaganya tingkat imunitas pada usia sekolah, berdasarkan Peraturan Menteri Kesehatan Nomor 12 tahun 2017 tentang penyelenggaraan imunisasi lanjutan penggunaan vaksin difteri untuk anak sekolah dasar akan di laksanakan ke dalam tiga tahapan yaitu kelas satu(1) SD mendapat imunisasi DT, kelas 2(dua) SD mendapat imunisasi Td dan kelas 5(lima) SD mendapat imunisasi Td. Namun di era modern ini banyak anak yang tidak mengetahui kegunaan dari vaksin sehingga anak-anak enggan untuk disuntik vaksin. Hal ini dikarenakan kurangnya edukasi mengenai pentingnya imunisasi bagi masa depan anak. Pembelajaran di Sekolah Dasar/ SD lebih mementingkan terhadap bagaimana cara anak untuk berhitung dan bagaimana cara anak untuk membaca. Anak cenderung takut dengan adanya jarum suntik sehingga sering menghindar bahkan lebih memilih untuk tidak imunisasi. Kejadian ini tentu saja menyulitkan petugas vaksinasi dan juga membahayakan kesehatan sang anak dan manusia di masa yang akan datang.

Untuk menangani hal tersebut penulis sebagai mahasiswa DKV(Desain Komunikasi Visual) membuat sebuah tugas akhir sebagai syarat untuk mengambil gelar sarjana di Telkom University dengan judul kampanye pentingnya imunisasi difteri (DT dan Td) bagi anak sekolah dasar.

KAJIAN TEORI

Menurut Antar Venus dalam bukunya Manajemen Kampanye 2004, pengertian kampanye adalah

Kegiatan komunikasi yang dilakukan secara terlembaga. Penyelenggara kampanye umumnya bukanlah individu melainkan lembaga atau organisasi dengan tujuan mengubah atau memperkuat perilaku masyarakat. (Venus, 2004:9)

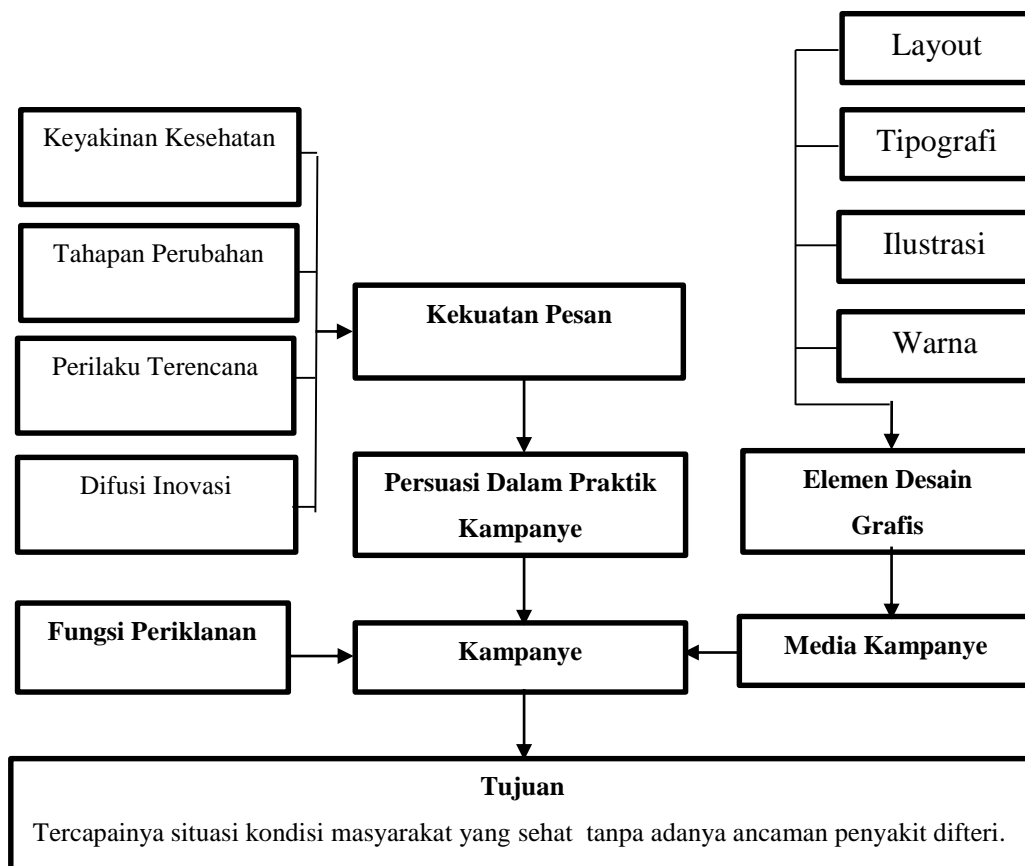
Strategi adalah pendekatan dalam jangka lama yang akan diterapkan dalam kampanye, dan dibuat berdasarkan hasil analisis masalah dan tujuan untuk

mencapai tujuan yang telah ditentukan(Venus, 2018:238). Dalam penerapan strategi kampanye dibutuhkan komunikasi yang dapat menjembatani antara badan organisasi dengan target audiens, sehingga tercipta efektivitas dalam periklanan yang dijalankan. Dalam buku Periklanan Promosi dan aspek tambahan Komunikasi Terpadu jilid I ed.5, Terence A. Shimp(2003) menjelaskan beberapa fungsi periklanan yaitu *informing*(memberi informasi), *persuading*(membujuk), *reminding*(mengingatkan kembali), *adding value*(menambah nilai), dan bantuan untuk upaya lain perusahaan. Persuasi adalah upaya komunikasi untuk mempengaruhi sikap, kepercayaan, dan perilaku target sasaran secara sukarela berdasarkan alasan yang di berikan oleh komunikator(Venus, 2018:55). “*Media selection is an extremelly important activity in the implementation of comunication campaignt.*(Pickton dan Broderick dalam Venus. 2018:157)”.

Ilustrasi adalah gambar yang menarik, gambar yang menolong untuk bercerita tanpa komitmen terhadap waktu atau perhatian. Ilustrasi sering digunakan untuk secara cepat mengkomunikasikan ide relevan yang sulit diungkapkan dengan kata-kata. Contohnya dari sebuah foto ada bagian yang di *crop* dan diperbesar untuk menyatakan sesuatu yang penting (Soewardikoen, 2015: 121).

Tipografi merupakan sebuah keahlian dalam mempelajari karakteristik dan spesifikasi huruf, yang berguna untuk pemilihan dan pengelolaan huruf untuk mencapai tujuan tertentu(Supriyono, 2010:20).. Secara fisik warna adalah sifat cahaya yang di pancarkan sedangkan secara psikologis warna merupakan pengalaman indra penglihatan(Swasty, 2017:09).

Tata-letak adalah sebuah susunan elemen-elemen yang membentuk pesan yang berarti. Tata-letak membantu perancang untuk membuat visualisasi iklan, dirancang untuk memainkan fungsi-fungsi mekanik dan simbolik. Secara fisik tata-letak adalah rancangan yang mengindikasikan di mana komponen iklan seperti judul, sub judul, ilustrasi, dan *body copy* ditempatkan agar komunikasi yang lebih efektif. (Soewardikoen, 2015: 119)



Bagan 1. Kerangka Teori

Sumber : Pranowo,2018:25

METODE PENELITIAN

Proses pengumpulan data yang dilakukan dalam perancangan menggunakan metode, studi pustaka, kuesioner, dan metode wawancara. Data yang telah terkumpul dianalisis menggunakan analisis kuesioner, analisis matriks, dan analisis penarikan kesimpulan.

Dalam perancangan ini tujuan dari analisis kuesioner adalah untuk memperoleh asumsi dari responden seperti permasalahan apa yang mengkhawatirkan, fakta mengenai pendapat masyarakat mengenai imunisasi difteri, dan penggunaan media apa yang tepat dan dapat digunakan untuk mendukung kampanye pentingnya imunisasi difteri bagi anak sekolah dasar. Asumsi di nilai berdasarkan hasil terbesar dan terendah terhadap sebuah

pertanyaan kuesioner. Analisis matriks digunakan sebagai pembandingan antar kampanye yang telah dilakukan oleh dinas kesehatan di Kabupaten Boyolali seperti kampanye HIV/AIDS, GERMAS, imunisasi MR dan imunisasi difteri. Tujuan analisis ini adalah untuk mengukur seberapa efektif strategi, taktik, praktik persuasi, dan media kampanye yang telah dilakukan sehingga menemukan gagasan baru yang dapat digunakan. Setelah menemukan rangkuman dari masing-masing analisis selanjutnya di gunakan analisis penarikan kesimpulan untuk mengambil sebuah keputusan terhadap kejadian atau fakta yang terjadi dilapangan mengenai sebuah kejadian atau objek visual.

Dalam proses pengumpulan data metode ini digunakan untuk mengamati perubahan fenomena sosial yang ada di kalangan masyarakat terutama anak sekolah dasar. Melakukan studi pustaka sebagai dasar tolak ukur menilai dan merancang. Membaca berbagai sumber keilmuan seperti buku, jurnal, dan sumber online

bertujuan untuk memperluas wawasan mengenai perancangan yang sedang dilakukan. Kuesioner ditujukan kepada semua kalangan yang terutama anak kelas 5 SD hingga orang dewasa yang sudah mempunyai anak. Kuesioner digunakan untuk mendapat data tentang cara dan strategi yang tepat untuk mengkampanyekan program imunisasi difteri terhadap anak sekolah dasar. Data dari aspek pembuat di dapat dari hasil wawancara kepada kepala bagian survailen dan imunisasi kabupaten boyolali, dokter atau pakar ahli imunisasi serta guru sekolah dasar.

HASIL DAN DISKUSI

Difteri tergolong ke dalam penyakit menular mematikan yang dulu pernah hilang dan sekarang muncul kembali, hal ini di sebabkan kurangnya pemahaman masyarakat mengenai imunisasi lanjutan difteri yang seharusnya dilakukan setiap 10 tahun sekali, untuk menghilangkan penyakit difteri secara keseluruhan. Fakta di lapangan banyak masyarakat yang memahami kegunaan dari imunisasi, namun masyarakat masih enggan untuk melakukan imunisasi mandiri. Ini disebabkan oleh

kurangnya kesadaran terhadap bahaya yang di dapat dari penyakit difteri. Hal ini di kuatkan dengan hasil kuesioner mengenai alasan kenapa tidak melakukan imunisasi? Jawaban dari 124 responden adalah 64 responden mengatakan tidak tahu, 44 responden mengatakan tahu, dan 16 responden mengatakan tahu tapi tidak mau.

Semua berawal ketika masih kecil di mana kurangnya pemahaman yang di dapatkan mengenai pentingnya melakukan imunisasi dan bahaya yang di dapat ketika tidak imunisasi. Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan beberapa sekolah dasar di Boyolali, tidak ditemukan media khusus yang menjelaskan penyakit difteri maupun fungsi dari imunisasi. Fakta yang ditemukan anak cenderung takut dengan adanya jarum suntik dari pada terkena penyakit difteri, anak lebih memilih untuk tidak di imunisasi dari pada melakukan imunisasi. Hal ini di kuatkan berdasarkan hasil observasi dan analisis data proyek sejenis mengenai kampanye yang telah dilakukan. Selama ini kampanye yang dilakukan selalu menarget kan orang dewasa sehingga konten yang di sajikan kurang di pahami oleh anak dan bahkan tidak sampai ke pada anak.

Hasil wawancara terhadap kepala bagian survailen dan imunisasi Kabupaten Boyolali menyatakan, " imunisasi merupakan cara pencegahan yang paling efektif dan lebih baik karena biaya yang di keluarkan lebih sedikit dari pada menanggung akibat dari penyakit dan selama ini memang belum ada media khusus yang menysasar anak, dari dinas kesehatan sendiri lebih memfokuskan sosialisasi terhadap orang tua, kader, dan Puskesmas dengan sistem karambol".Harapannya ada media khusus yang sesuai dengan umur dan kondisi dari anak sekolah dasar yang lebih interaktif untuk menarik minat anak tidak takut dengan imunisasi. Hal tersebut juga didukung berdasarkan analisis kuesioner dari 124 respondent, 88 respondent menyatakan sangat setuju untuk memberikan edukasi terhadap anak mengenai pentingnya imunisasi. Dari data kuesioner juga di dapatkan rekomendasi media interaktif yang tepat untuk mengedukasi anak adalah media game berbasis *Boardgame*.

KONSEP PERANCANGAN

Big idea dari kampanye pentingnya imunisasi difteri bagi anak sekolah dasar adalah “Menanamkan kesadaran sejak dini mengenai pentingnya imunisasi difteri”. Tujuan pesan yang di sampaikan adalah mampu mengubah pola pikir anak terhadap ketakutan imunisasi menjadi lebih sukarela. Kemudian di masa mendatang anak tidak akan melakukan penolakan terhadap imunisasi untuk tercapainya situasi kondisi masyarakat yang sehat tanpa adanya ancaman penyakit difteri. Identitas tagline yang di rekomendasikan adalah “Aku Terlindungi Karena Imunisasi” tageline tersebut mempunyai arti sebuah ajakan untuk melindungi tubuh kita dengan melakukan imunisasi difteri. Di dalam tagline tersebut juga menaruh harapan masyarakat yang menginginkan kondisi tubuh yang sehat tanpa ancaman penyakit serta mencerminkan visi dari Kabupaten Boyolali yaitu “Boyolali Sehat, Produktif dan Berdaya Saing”.

Konsep kreatif. Untuk menanamkan kesadaran sejak dini mengenai pentingnya imunisasi difteri bagi anak Sekolah Dasar akan digunakan pendekatan kolaboratif. Salah satu pendekatan kolaboratif yang dianggap cocok untuk menghadapi masalah adalah pendekatan kolaboratif dengan menggunakan permainan yang di dalamnya ada tujuan aturan dan edukasi. Pesan yang disampaikan adalah menjelaskan keuntungan dan kerugian apabila tidak imunisasi serta efek dari penyakit difteri. Sehingga target audiens tertarik untuk memahami kampanye yang di sampaikan.

Konsep visual. Untuk menarik perhatian target audiens melalui kampanye yang dilakukan hal pertama yang dilakukan adalah pemilihan konsep warna yang sesuai dengan kesukaan target audiens dengan merancang sebuah *moodboard*.



Gambar 1. 1 Moodboard

Sumber : Pranowo,2018:65

Sehingga didapatkan warna yang sesuai yaitu warna, kuning, merah, biru, dan hijau. Tipografi menggunakan font jenis *sans serif* untuk memberikan kesan simple sehingga target audiens yang mayoritas anak-anak dapat dengan mudah memahami himbauan/ajakan yang disampaikan melalui desain yang dibuat. Untuk *Headline* digunakan jenis *Popolar Std* sedangkan untuk *bodytext* menggunakan *Arial*. Ilustrasi menggunakan ilustrasi vector 2D dengan menggunakan *outline*, pemilihan gaya ilustrasi ini didasarkan pada hasil kuesioner yang telah di berikan kepada anak sekolah dasar. *Layout* simetris Hal ini didasarkan kemudahan keterbacaan alur informasi serta adanya kesan formal, simple, dan dinamis dalam desain sehingga mampu memberikan kepercayaan dalam setiap informasi yang disampaikan.

Perancangan Logo kampanye menggunakan logogram dan *logotype*. Logo kampanye digunakan sebagai identitas visual dalam pelaksanaan kampanye. Logo kampanye mengadaptasi bentuk dari ibu yang sedang menggendong anak, huruf "I" pada Imunisasi dan adaptasi dari Tameng yang melambangkan perlindungan atau daya tahan.



Gambar 1. 2 Hasil perancangan logo hitam putih

Sumber : Pranowo,2018:76

Untuk memaksimalkan kampanye yang dilakukan di perlukan media-media dan tahapan kampanye yang dapat mengkomunikasikan pesan sehingga sampai kepada target audiens. Tahapan yang digunakan adalah tahapan fungsi periklanan.

Tabel 1. Tahapan media kampanye

Tahapan	Media	Lokasi	Tujuan
<i>Informing</i>	Poster pemberitahuan kegiatan	Sekolah dasar	Untuk menarik perhatian audience terhadap kampanye pentingnya imunisasi dan bahaya penyakit difteri.
	Media Sosial	Instagram dan Facebook dan Whatsap	
<i>Persuading</i>	Boardgame	Disediakan untuk anak sekolah dasar, ketika menjalankan kampanye serentak	Meyakinkan audiens untuk imunisasi
	Media Sosial	Instagram dan facebook	
<i>Reminding</i>	Poster Infografis	Di setiap SD di Boyolali.	Memberikan Informasi kembali kepada audience mengenai pentingnya imunisasi difteri.
	Booth	Kegiatan Dinkes Boyolali	
	Boardgame	Sekolah Dasar	
<i>Adding value</i>	Merchandise	Kegiatan Imunisasi Dinkes Boyolali.	Menambahkan nilai kampanye yang dilakukan supaya audiens tertarik untuk dengan imunisasi.

Sumber : Pranowo,2018:70

Konsep media. Penggunaan media yang dipilih berdasarkan dari fungsi promosi/kampanye yang akan dilakukan yaitu media utama adalah media yang memimpin jalannya penyampaian pesan. Peran media utama dalam kampanye ini adalah meyakinkan (persuading) anak mengenai pentingnya imunisasi difteri. Berdasarkan analisis kuesioner dan penarikan kesimpulan yang dilakukan media utama yang digunakan adalah game berbasis *boardgame*. Media pendukung seperti, (1) Poster infografis berisikan informasi secara menyeluruh mengenai efek apabila tidak disuntik imunisasi difteri kemudian terserang penyakit difteri. (2) X-

Banner berisikan informasi mengenai kegiatan kampanye yang sedang dilakukan.

(3) Merchandise berupa *pappercraft* yaitu sebuah kerajinan dari kertas yang berbentuk tokoh dari *boardgame* bertujuan untuk menarik perhatian dan media edukasi mengenai imunisasi difteri sehingga secara tidak langsung audience berperan dalam proses promosi imunisasi difteri.

(4) *Booth* Sebuah mini stage yang berguna untuk menarik perhatian target audiens pada saat diadakan kampanye imunisasi difteri secara serentak dan/ sosialisasi terbuka di sebuah *event* Dinas Kesehatan Boyolali. Didalam *booth* menyediakan tempat untuk konsultasi serta bermain boardgame. (5) Media sosial yang digunakan adalah facebook dan instagram yang ditujukan untuk para orang tua supaya peduli dan memberikan pengarahan untuk anaknya mengenai imunisasi difteri.

KESIMPULAN

Dalam proses penelitian ini permasalahan yang di hadapi oleh Kabupaten Boyolali dalam kampanye imunisasi difteri adalah tidak adanya media khusus yang digunakan untuk menyampaikan pesan ke pada anak sekolah dasar. Hal ini menyebabkan kurangnya pemahaman mengenai arti penting dari imunisasi sehingga anak cenderung takut dan menganggap imunisasi tidak terlalu penting. Media kampanye sebelumnya menargetkan kepada orang tua sehingga desain dan pesan yang di sampaikan kurang di pahami oleh anak-anak.

Penggunaan media kampanye yang sesuai dengan psikografis serta umur target audiens seperti boardgame dianggap lebih menari dan mudah di pahami karena anak senang untuk belajar. Perancangan media kampanye ini bertujuan untuk meningkatkan kesukarelaan anak dalam mengikuti imunisasi sehingga tercapainya situasi kondisi masyarakat yang sehat tanpa adanya ancaman penyakit difteri.

DAFTAR PUSTAKA

Anonim.2018, Negara dengan Jumlah Pengguna Aktif Instagram Terbesar. Diakses pada <https://teknologi.id/insight/negara-dengan-jumlah-pengguna-aktif-instagram-terbesar/> (11 Juli 2018, 11:15).

A Septiningtyas, DW Soewardikoen, Perancangan Identitas Visual Dan Promosi Sasirangan Banjarbaru – Jurnal Demandia, Vol. 3. No. 1 (Maret 2018): 1 – 18, <http://journals.telkomuniversity.ac.id/demandia/article/view/1204>

BA Winarto, DW Soewardikoen, I D A Dwija, Perancangan Kampanye Sosial Tuhuh Zona Merah Pkl Kota Bandung, eProceedings of Art & Design, Home> Vol 2, No 3 (2015)>Winarto,<http://libraryeproceeding.telkomuniversity.ac.id/index.php/artdesign/article/view/3663>

DW Suwardikun - Persuasi Melalui Ilustrasi dalam Iklan Cetak -Journal of Visual Art and Design, 2009, ITB J. Vis. Art & Des., Vol.3, No. 2, 2009, 129-136. <http://journals.itb.ac.id/index.php/jvad/article/viewFile/737/442>

Faizal,Achmad.2018, Menyebar di 14 Kabupaten Kota, Jatim KLB Difteri. Diakses pada <https://regional.kompas.com/read/2018/01/18/09213571/menyebar-di-14-kabupaten-kota-jatim-klb-difteri> (18 Maret 2018, 08:15).

Septania, Risky.2018,Indonesia, Pengguna Facebook Terbanyak ke-4 di Dunia. Diakses pada <https://tekno.kompas.com/read/2018/03/02/08181617/indonesia-pengguna-facebook-terbanyak-ke-4-di-dunia> (11 Juli 2018, 08:15).

Shimp, Terence A.(2003).*Periklanan Promosi Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu jilid I edisi Kelima*.Jakarta:Erlangga.

Sihombing, D.(2015). *Tipografi dalam Desain Grafis*. Jakarta: Gramedia PustakaUtama.

- Soewardikoen, D. W. (2013). *Metodologi Penelitian Visual*. Bandung: Dinamika Komunika.
- Soewardikoen, D. W.(2015). *Visualisasi Iklan Indonesia Era 1950-1957 Edisi 2*.Yogyakarta: Calpulis.
- Sugiyono.(2013).*Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung:Alfabeta
- Supriyono, Rachmat. (2010). *Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta.Andi.
- Swasty, W.(2016). *Branding*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Swasty, W.(2017). *Serba Serbi Warna*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Tarigan, Mitra. 2017. Penyakit Difteri Pernah Hilang di Indonesia, Mengapa Muncul lagi?. <https://gaya.tempo.co/read/1041053/penyakit-difteri-pernah-hilang-di-indonesia-mengapa-muncul-lagi> (19 Maret 2018, 19:15).
- Venus, A.(2018). *Manajemen Kampanye Cetakan Pertama Edisi Revisi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Venus, A.(2004). *Manajemen Kampanye Cetakan Pertama*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.